

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Warung Kopi Di Tulungagung

Salah satu keunikan Kabupaten Tulungagung ini adalah banyaknya warung kopi. Di sepanjang jalan dari jalan kota sampai pada jalan desa, dengan mudah ditemukan warung kopi. Dari Warung berlabel *Cafe* sampai Warung kopi dengan harga yang merakyat. Dengan seribu Warung Kopi, bukan warga Tulungagung bila tak pernah ngopi di warung kopi (warkop).

Selain banyaknya warung harga secangkir kopi pun bervariasi. Dari harga 2.000 secangkir sampai 10.000 an dengan gorengan yang harganya masih rata-rata sekitar 500 an per biji, dapat menjadi teman ngopi. Namun kebanyakan para penikmat kopi lebih sering nongkrong di warung kopi kelas medium. Dengan harga kisaran 4.000 – 5.000 an dengan menu yang sering di pesan ialah Kopi Hitam dan Kopi Hijau.

Kopi Hitam sudah masyhur akan kenikmatannya, dari rasa hingga bau yang sedap. Sedangkan di kabupaten Tulungagung ada yang namanya Kopi Hijau atau Kopi Ijo. Kopi khas Tulungagung ini (kopi ijo), menjadi salah satu kuliner yang sedang naik daun belakangan ini. Dilihat Dari tekstur warna memang tak sepenuhnya warna hijau, hanya terkadang kelihatan hijau tua. Kopi ini sendiri terbuat dari kopi hitam dengan campuran biji kacang hijau. Campuran tersebut memberikan cita rasa yang unik dan pastinya nikmat.

Ngopi sudah menjadi kebiasaan warga Kabupaten Tulungagung. Dari pagi hari sampai tengah malam hari. Warung kopi memang tak pernah sepi. Ada bebrepa tempat yang menikmati kopi yang ramai di Tulungagung. Warung kopi ini konon sudah berdiri sejak lama, Dimana Pengunjung warung ini tak pernah terlihat sepi. Terutama pada malam hari, motor para penikmat kopi berjejer ramai dipinggir jalan. Warung kopi yang ramai kedua yakni warung kopi Mak Waris. Warung kopi yang satu ini terletak bertetangga dengan warung kopi Mak Tin. Walaupun berada sebelahan, kedua warung kopi ini memiliki pelanggan setia masing-masing. Dan pastinya kenikmatan kopinya juga mantap.

Selanjutnya yang tak kalah ramai yaitu, kedai Loodst Coffee ini bisa dikatakan belum lama berdiri, namun pengunjungnya tak pernah sepi setiap malam, apalagi malam minggu. Kedai Loodst Coffee ini berada di pinggir jalan raya sehingga setiap orang mudah untuk menjangkaunya. Berbeda dengan warung kopi mak Tin, Kedai ini menonjolkan tata letak tempat ngopi yang lebih menarik. Dari bangku sampai ornamennya yang menyesuaikan dengan perkembangan sekarang ini karena konsep dari kedai yaitu kontemporer sehingga membuat suasananya lebih nyaman dan mewah.

Menu yang ditawarkan juga lebih variatif. Minuman yang dijual tak sekedar hanya kopi, ada banyak minuman dari yang dingin sampai panas. Namun jika dilihat dari segi harga memang agak lebih mahal,

karena umumnya harga diangkringan lebih mahal dibandingkan dengan warung kopi tradisional.

Sedang untuk Sejarah kopi ijo dan tradisi nyethe. Wedang kopi merupakan sejenis minuman yang biasanya dihidangkan dalam keadaan panas dan dipersiapkan bahannya dari biji tanaman kopi yang dipanggang dan disangrai, kemudian ditumbuk atau digiling untuk dihaluskan. Saat ini kopi merupakan komoditas nomor dua yang paling banyak diperdagangkan setelah minyak bumi. Total 6,7 juta ton kopi diproduksi dalam kurun waktu 1998-2000 saja. Bahkan di tahun 2010 mencapai 7 juta ton kopi yang di produksi di dunia. Dan Kopi merupakan sumber utama kafein.

Dari siapa (seorang) yang tahu tentang Cethe (endapan wedang kopi), untuk memperoleh informasi atau data yang seakurat mungkin penulis berusaha untuk memperoleh informasi terkait cethe ini dari mulut-kemulut dari web ke web. Sehingga memperoleh informasi yang sama sehingga bisa dikatakan sebagai informasi yang jelas kebenarannya.

Namun tak hanya berhenti sampai situ peneliti mencoba menggali lebih dalam terkait sejarah tradisi nyethe (mengoleskan endapan sisa kopi ke batang rokok) ini dimulai. peneliti bertanya langsung kepada pemilik warung kopi dan beberapa pelinggannya terkait tradisi nyethe ini. Ternyata tradisi nyethe ini sudah dikenal dari tahun 1978- tahun 80 an. Cerita yang dari mulut-kemulut dan pemaparan dari pemilik salah satu warung kopi itu sendiri katanya warung kopi pada waktu itu

mennyediakan cethe, dan warung kopi yang pertam kali menyediakan cethe tersebut di ekitar wilayah kecamatan kauman seperti: desa bolorejo, desa kalangbret dan berkembang di desa-desa sekitarnya.

Selanjutnya tentang warung kopi yang pertama kali ada kegiatan nyethe, itupun masih belum mendapatkan referensi yang akurat, akan tetapi pada tahun 1982 warung kopi yang terkenal pada waktu itu yaitu: warung kopi pak sumani (desa bolorejo kecamatan kauman), warung kopi pak sairin (desa kalangbret, kecamatan kauman).

Selanjutnya terkait sejarah cethe, ada suatu hari ketika para petani selesai mengerjakan sawahnya, mau pulang kerumah sampai di jalan mereka mempunyai kebiasaan mampir ke warung untuk ngopi dan bertemu dengan sesama petani lainnya untuk sekedar istirahat, ngobrol dan mendiskusikan tentang hal-hal seputar pertanian mereka. Sambil ngopi, merokok dan ngobrol, sesekali rokok yang dihisap tersebut diolesi dengan endapan kopi yang ada dicawan.

Endapan kopi nya pun tidak sehalus endapan kopi yang ada sekarang ini yang memang betul-betul dibuat nyethe, waktu dulu endapan kopinya masih kasar karena proses pembuatan kopi nya tidak digiling namun masih dengan cara tradisional yang di tumbuk. Endapan kopi yang dioles-oleskan kerokok setelah dihisap dan terbakar menimbulkan sensasi tersendiri dengan rasa dan aroma yang benar-benar khas dan nikmat. Kopi bubuk yang kasar ini orang-orang bisa menyebutnya dengan sebutan “kopi kletik”.

Setelah berkembang sampai sekarang dan menjamurnya warung-warung kopi yang menyediakan cethe dikabupaten Tulungagung, maka proses pengolahan kopi bubuk tersebut lebih halus dengan bahan-bahan dasar pilihan, karena selain bertujuan bertujuan adanya sensasi rasa dan aroma, dibuat untuk mengekspresikan karya seni dengan sarana cethe yaitu mengoleskan, melukis ke batang rokok dengan jenis lukisan yang beraneka ragam, dimana macam-macam kreasi cethe seperti cethe motif, batik, abstrak, huruf, dan sebagainya dengan hasil yang sangat unik.

Tetapi ada juga orang-orang yang biasa mengatakan bahwa melukis ke rokok dengan sarana cethe disebut “mbaktik”. Dengan adanya perkembangan kegiatan nyethe ini muncul artikel-artikel tentang Cethe dari berbagai media (media cetak, media elektronik, internet dan sebagainya).

1. Sejarah berdirinya Warung Kopi Waris.

Warung kopi waris berdiri pada tahun 1978, merupakan salah satu warung kopi yang memproduksi kopi hijau di Tulungagung yang beralamat Didesa Bolorejo Kecamatan Kauman. Adapun nama Waris itu sendiri adalah nama dari pendiri dari warung kopi waris. Awalnya Warung Kopi Waris masih nyewa tempat di depan emperan rumah dimana lokasinya strategis di pinggir jalan raya. Seiring berjalannya waktu usaha kopi ini semakin banyak peminatnya. Hingga akhirnya Mak Waris berinisiatif untuk pindah lokasi ke tempat yang lebih luas.

Akhirnya Mak Waris membuka Warung Kopi nya di depan rumah saudara yang saat ini di tempati oleh Warung Kopi Mak Tin.⁵³

Setelah berjalan beberapa tahun tempat yang disewa tidak mungkin untuk di lebarkan, Mak Waris memutuskan untuk kembali kerumahnya sekitar 1990 an dan dirasa sudah memiliki pelanggan tetap akhirnya Mak Waris tekat membuka usahanya di halaman rumah Mak Waris sendiri meskipun rumahnya tidak berada di pinggir jalan, dan agak tersembunyi.

Namun tidak membuat pelanggan berkurang justru malah semakin banyak peminatnya, karena halaman rumah Mak Waris pun juga luas akhirnya Mak Waris tidak kesusahaan untuk membuka lahan nya sebagai warung.

Usaha Warung Kopi Mak Waris ini sekarang bukan lagi milik satu orang namun milik 11 bersaudara. Jadi masih milik bersama namun yang mengelola adalah Bapak Hariyanto. Luas Warung Kopi Mak Waris ini kurang lebih 400 meter persegi, ada 25 meja besar dan belasan meja kecil, Warung Kopi Mak Waris ini memiliki karyawan yang banyak yakni sekitar 15 orang. Dan ini di buat sif karena Warung Kopi Mak Waris buka hampir 24 jam. Dalam sehari Warung Kopi Mak Waris menghabiskan 20 kg bubuk kopi hijau, termasuk yang dibeli orang-orang, dimana omset penjulannya mencapai 5.000 cangkir

⁵³Wawancara Dengan Bapak Hariyanto Sebagai Pemilik Warung Kopi Waris, Pada Tanggal 12 Maret 2019.

perhari terkadang malah lebih. Dengan rata-rata harga percangkir kopi senilai 2500 per cangkir.

2. Sejarah Warung Kopi Mak Tin

Awal berdirinya Warung Kopi Mak Tin pada tahun 1998, setelah memisahkan diri dari Warung Kopi Waris. Karena pada awalnya Mak Tin bekerja di Warung Kopi Mak Waris hampir 10 tahun. Namun setelah itu Mak Tin berencana untuk membuka Warung Kopi sendiri pada tahun 1998. Meskipun lokasi nya berdekatan Warung Kopi Maktin di depannya Warung Kopi Waris. Namun kedua Warung Kopi ini sama-sama eksis sama-sama memiliki pelanggan yang banyak. Awalnya Warung Kopi Mak Tin masih sangat kecil belum mempunyai pelanggan.⁵⁴

Namun karena mungkin dari segi lokasi Warung Kopi Mak Tin di depan dan pinggir jalan sedangkan dari segi rasa kopi nya juga sama karena memang masih mengambil bubuk dari Warung Kopi Waris jadi para penikmat kopi banyak juga yang di Warung Kopi Mak Tin karena rasanya nya yang tidak jauh berbeda bahkan hampir mirip. Warung Kopi Mak Tin buka dari jam 6 pagi sampai jam 11 malam. Dengan 9 karyawan. Warung Kopi Mak Tin ini tidak hanya menjual kopi hijau saja namun juga menjual aneka macam minuman, bahkan juga nasi bungkus. Dalam sehari Warung Kopi Mak Tin ini bisa menghabiskan

⁵⁴ Wawancara Dengan Ibu Salamah Selaku Pemilik Warung Kopi Mak Tin, Pada Tanggal 13 Maret 2019

10 kg bubuk kopi. Dan Warung Kopi Mak Tin ini mengolah sendiri bubuk kopinya sehingga memiliki ciri khas rasa tersendiri.

3. Sejarah Warung Kopi Yaope

Warung Kopi Yaope berdiri pada tahun 2010 dimana awal berdirinya warung kopi yaope ini atas inisiatif kakak dari 5 bersaudara yang ingin berusaha di bidang kuliner.⁵⁵ Dan akhirnya salah satu temnanya merekomendasikan untuk membuka warung kopi dan akhirnya berdirilah Warung Kopi Yaope dan lambat laun usaha Warung Kopi Yaope semakin ramai pengunjung dan memiliki pelanggan tetap. Sang kakak tidak bisa mengelola sendiri akhirnya minta tolong adiknya Mustofa untuk membantu. Dan semakin hari semakin banyak sekarang membuka lokasi yang lebih luas lagi. Kopi yang dijual di Warung Kopi Yaope ini sendiri bukan dari pengolahan sendiri namun mengambil dari Warung Kopi Waris. Dan kemasan bubuk kopi dengan merek. Omset penjualan di Warung Kopi Yaope ini juga cukup tinggi meskipun masih di bawanya jauh dari Warung Kopi Mak Waris Dan Mak Tin. Di Warung Kopi Yaope ini sekitar 3.000.000 – 3.500.000 perhari.

4. Sejarah Kedai Loodst Coffee.

Awalnya Kedai Loodst Coffee ini bukan usaha di bidang kuliner namun usaha di bidang properti dan tekstil yang berada di Botoran, namun pada 2009, kedai loodst ini berganti nam menjadi Loodst

⁵⁵ Wawancara Dengan Bapak Mustofa Selaku Pemilik Warung Kopi Yaope, Pada Tanggal 13 Maret 2019

Coffee, yang menjual kuliner. Setelah berjalan kurang lebih hampir 3 tahun. Owner Kedai Loodst Coffee ini berinisiatif untuk menjemput peluang, dengan berpindah lokasi alhasil di daerah Kepatihan ada tanah yang dijual dengan tempat yang strategis, tepat di tahun 2011 Kedai Loodst Coffee pindah lokasi yang awalnya di Bontoran sekarang pindah di daerah Kepatihan tepatnya di Jalan M.T. Haryono, Kepatihan, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung.⁵⁶

Dengan usahas di bidang kuliner, Kedai Loodst Coffee ini adalah kedai kopi yang legendaris atau yang paling tua di Kabupaten Tulungagung yang tetap eksis sampai saat Ini dimana para pelanggannya tidak hanya dari anak muda saja bahkan juga orang tua orang dewasa, dan objek nya tidak pada kalangan Mahasiswa saja namun juga Para Pengusaha, Para Pejabat dan para Pegawai Bank, karena di Kedai Loodst Coffee ini menyediakan tempat untuk Meeting Room. Kedai Loodst Coffee ini dalam sehari nya memiliki omset penjualan 4.000.000-5.000.000.

B. Ruang Lingkup Persaingan Usaha Kopi

1. Persaingan usaha antara usaha kopi

Dalam dunia usaha pasti tidak lepas dari yang namanya persaingan usaha karena sudah pasti semua pemilik usaha ingin usaha yang didiraknnya sukses. Namun semakin lama usaha sejenis akan semakin banyak didirikan. Pada akhirnya seorang pemilik usaha harus

⁵⁶ Wawancara Dengan Bapak Reza Selaku Owner Kedai Loodst Coffee, Pada Tanggal 13 Maret 2019

befikir bagaimana usaha yang ditekuninya bisa terus berjalan dan memiliki pelanggan yang banyak. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari seluruh narasumber dari Tiga Pemilik Warung Kopi Tradisional dan 1 Pemilik Warung Kopi Modern (Kedai). Wawancara dengan pemilik Warung Kopi Waris:

“Dalam hal masalah persaingan usaha selalu ada. Apalagi antara warung kopi tradisional dengan warung kopi modern. Warung kopi modern yang justru memiliki fasilitas lengkap, tempat yang begitu nyaman, dan memiliki spot-spot foto yang bagus sesuai dengan anak-anak sekarang, akan tetapi saya sebagai pemilik warung kopi tidak akan mengubah kesan asli dari warung kopi. Dimana warung kopi memiliki tempat yang terbuka, berbaur dengan alam, dan sederhana. Namun dalam hal fasilitas yang diberikan kami akan ikut bersaing dengan menyediakan wifi dan televisi.”⁵⁷

Hal senada juga di ungkapkan oleh pemilik Warung Kopi Mak

Tin:

“saya sebagai pemilik warung kopi kalau memikirkan masalah bagaimana cara bersaing dengan warung kopi modern, saya rasa hanya bersaing dalam beberapa hal. Karena, memang sudah berbeda antara warung kopi tradisional dengan warung kopi modern. Misalkan dari segi tampilan sudah akan sangat berbeda. Namun kalau masalah fasilitas yang disediakan akan ikut bersaing. Seperti wifi dan televisi.”⁵⁸

Hal ini diperkuat lagi dengan pernyataan dari pemilik Warung

Kopi Yaope:

“warung kopi modern dengan warung kopi tradisional tidak akan pernah bisa disamakan dalam segi persaingannya. Warung kopi modern memiliki menu-menu kopi yang banyak dengan kualitas kopi yang bagus. Sedangkan kalau warung kopi tradisional yang di sediakan

⁵⁷ Wawancara Dengan Bapak Hariyanto Sebagai Pemilik Warung Kopi Waris, Pada Tanggal 12 Maret 2019.

⁵⁸ Wawancara Dengan Ibu Salamah Selaku Pemilik Warung Kopi Mak Tin, Pada Tanggal 13 Maret 2019

kopi asli Indonesia dengan ciri khas tradisional. Dan yang menjadi pelanggan di warung kopi juga yang kelas segala golongan kelas anak-anak remaja, dewasa hingga orang-orang tua. Jadi dalam hal bersaing mungkin hanya dalam penyediaan fasilitas.”⁵⁹

Hasil wawancara dengan Owner Kedai Loodst Coffee:

“dalam hal bersaing dengan warung kopi tradisional, kami mungkin lewat harga, karena kalau masalah warung kopi tradisional itu identik dengan satu cangkir kopi dengan harga yang sangat murah, punya ciri khas rasa tersendiri, dan dengan proses penyajian atau pembuatan kopi yang sangat sederhana pula. Namun masalah ciri khas rasa dari kedai kami juga memberikan menu-menu yang punya rasa yang berbeda pula. Selain itu harga di kedai kami pun juga paling murah di bandingkan dengan kedai-kedai kopi yang lain. Sehingga dalam hal bersaing, kami lebih bersaing di harga dan rasa.”⁶⁰

Ruang lingkup Persaingan Usaha Kopi antara Warung Kopi Modern Vs Warung Kopi Tradisional di Kabupaten Tulungagung meliputi:

a. Produk

Bersaing pada aspek Produk (*Produk*), pada warung tradisional Produk yang ditawarkan semuanya sama yakni wedang kopi dengan teman minum kopi yakni gorengan dan kacang. Tidak ada yang lain, semua rata antara satu warung kopi dengan lainnya. Namun jawaban justru berbeda dari Owner Kedai Loodst Coffee. Untuk kedai Loodst memikirkan Produk yang ditawarkan sehingga berbeda dengan kafe-kafe yang lain. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan pemilik

⁵⁹ Wawancara Dengan Bapak Mustofa Selaku Pemilik Warung Kopi Yaope, Pada Tanggal 13 Maret 2019

⁶⁰ Wawancara Dengan Bapak Reza Selaku Owner Kedai Loodst Coffee, Pada Tanggal 13 Maret 2019

warung kopi dan Owner Dari Kedai Loodst Coffee. wawancara dengan pemilik Warung Kopi Waris, Bapak Hariyanto beliau mengatakan bahwa:

“ya, kalau untuk persaingan produk, bisa dilihat sendiri prospek apayang kami tawarkan. Untuk produk yang ditawarkan di warung kopi kan ya kopi tidak ada yang lain.sedangkan kalau temannya minum kopi yang kami sediakan gorengan dan kacang goreng, Hanya itu.”

Wawancara dengan pemilik warung kopi Mak Tin, Beliau mengatakan bahwa:

“Produk yang saya tawarkan untuk usaha warung kopi saya, sampai saat ini ya produk utama yaitu, minuman kopi. Dan untuk produk yang lain yaitu minuman dingin seperti es the, es milo, dan minuman-minuman siap sedu yang lainnya. Saya juga menyediakan gorengan dan kacang goreng.”

Wawancara dengan pemilik warung kopi Yaope, saudara mustofa menuturkan bahwa:

“produk yang di tawarkan yaitu, minuman kopi, selain itu untuk minuman juga disedika minuman siap sedu seperti susu dan minuman perasa-perasa lainnya. Di sini juga menyediakan makanan, nasi dengan beberapa menu. Dan untuk jajanan ada gorengan dan kacag.”

Wawancara dengan Owner kedai Loodst Coffee, saudara sayyed reza mengemukakan bahwa:

“Persaingan produk untuk kedai kami sangat kami perhatikan, bagaimana dalam setiap minggunya kita harus mengeluarkan beberapa Produk Baru, yang itu menjadi roduk mingguan. Ketika banyak yang minat dengan produk barutersebut makan akan ditetapkan sebagai menu tetap begitu seterusnya.”

b. Promosi

Bersaing pada indikator promosi, tidak semua usaha menggunakan strategi promosi yang bagus agar usahanya bisa dikenal oleh masyarakat. Salah satunya yaitu pada usaha jenis warung, seperti warung kopi ini. Warung kopi untuk membuat usahanya bisa dikenal di khalayak mereka cukup dengan memberikan kesan yang bagus sehingga salah satu konsumen akan mengenalkan pada teman-temannya sehingga mereka akan berkumpul di warung kopi dengan para komunitasnya. Strategi promosi dengan *mouth of mouth*. Berbeda dengan kedai, jika kedai harus sering-sering mempromosikan dengan para pengusaha. Para manager dan para pimpinan. Harus melalui proses promosi dan penyusunan yang matang. Hal ini sesuai dengan pernyataan pemilik warung kopi Mak Waris:

“promosi tidak ada strategi promosi yang baik mbak. Kami cukup memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Sehingga pelanggan biar mampir karena merasa kangen dan nyaman. Pada akhirnya mereka mengenalkan kepada teman-teman maupun komunitasnya.”

Wawancara dengan ibu pemilik warung kopi Mak Tin, beliau menuturkan bahwa:

“Kira-kira kan sama jawabannya ketika ditanyakan hal promosi. Pemilik warung akan mengatakan bahwa tidak promosi yang spesial. Cukup lewat dari cerita-kecerita.”

Wawancara dengan Owner kedai Loodst Coffee, saudara Reza menjawab sebagaimana berikut:

“promosi sangat kami utamakan karena ketika sebuah kedai berdiri maka pengunjung akan datang untuk sekedar mencoba, iya

kalau besok datang lagi bagaimana kalau tidak. Jadi strategi untuk kedai Loodst Coffee dalam berpromosi yaitu dengan memperkenalkan instansi-instansi pemerintahan kantor pengusaha direktur, dll. Untuk menawarkan tempat meeting yang nyaman dengan menu yang disediakan cukup banyak.”

c. Harga (*Price*)

Harga produk atau jasa merupakan faktor yang sangat penting. Harga sangat menentukan atau mempengaruhi permintaan pasar. Didalam persaingan usaha yang semakin ketat sekarang ini dan semakin banyaknya usaha-usaha baru yang bergerak dibidang yang sama, menuntut para pemilik usaha untuk dapat menentukan harga terhadap produk atau jasa yang mereka jual dengan tepat. Persaingan harga sangat mempengaruhi bertahan atau tidaknya suatu usaha dalam menghadapi para pesaingnya.

Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Apalagi jika produk atau jasa yang akan dibeli tersebut merupakan kebutuhan sehari-hari seperti makanan minuman, dan kebutuhan pokok lainnya konsumen akan sangat memperhatikan harganya. Pengusaha perlu untuk memperhatikan hal ini, karena dalam persaingan usaha, harga yang ditawarkan oleh peaing bisa lebih rendah dengan kualitas yang sama atau bahkan dengan kualitas yang lebih baik. Sehingga dalam penentuan harga pokok atau jasa yang

dijual. Bisa perusahaan besar maupun usaha kecil sekalipun harus memperhatikan konsumen dan para pesaingnya.

Dalam usaha antara Warung Kopi Tradisional dengan Warung Kopi Modern. Justru di Warung Kopi Modern akan sangat kalah dibanding harga di Warung Kopi Tradisional. Persaingan harga antara mereka sama sekali kurang pas kalau disaingkan. Karena harga di Warkop Tradisional sangat murah sekali dalam satu cangkir. Rata-rata untuk Tulungagung harga di kasih batas segitu tidak boleh mematikan teman satu bisnis. Namun kalau untuk menu yang lain seperti menu makanan akan semakin terlihat persaingannya. Sebenarnya tetap ada persaingan namun untuk menu lain. kalau untuk kopi rata semua. Seperti hasil wawancara dengan pemilik Warung Kopi Waris. Beliau menuturkan bahwa:

“untuk persaingan harga di Warung Kopi, kami tidak pernah melakukan persaingan harga, karena Warung Kopi Mak Waris ini sebagai patokan dari Warung Kopi-Warung Kopi yang ada di Tulungagung. Jadi jika di Warung Kopi Mak Waris harga Kopi Ijo nya segitu maka di Warung Kopi yang lain akan mengikuti. Begitu seterusnya jika harga kopi di Warung Kopi Mak Waris di naikan maka warung kopi-warung kopi yang lain yang di Tulungagung juga akan menaikkan harga karena harga di Warung Kopi Mak Waris sebagai patokan.”⁶¹

Wawancara dengan Pemilik Warung Kopi Mak Tin, beliau mengatakan bahwa:

“harga Kopi Ijo di Warung Kopi Maktin sama seperti di Warung Kopi Waris yaitu rp.2500 per cangkir. Kami tidak pernah bersaing dalam harga. Karena kami punya ciri khas sendiri. Warung

⁶¹ Wawancara Dengan Bapak Hariyanto Sebagai Pemilik Warung Kopi Waris, Pada Tanggal 12 Maret 2019.

Kopi Mak Waris punya ciri khas sendiri, maktin juga begitu jadi untuk masalah harga di buat sama. Mau harga murah ataupun mahal maktin sudah punya pelanggan sendiri. Jadi tidak perlu melakukan persaingan harga.”⁶²

Wawancara dengan pemilik Warung Kopi Yaope, beliau mengatakan bahwa:

“untuk harga kopi sendiri kami sama dengan warung kopi yang lain. Namun untuk makanan yang lain harga di warung kopi yaope lebih miring dari pada warung kopi yang lain. Moto dari Warung Kopi Yaope. Biar laba sedikit namun pasti. Intinya laba sedikit tapi kalau pengunjung nya banyak maka akan jadi banyak juga. Jadi kami bersaing dengan harga. Karena di lingkungan sini banyak sekali warung kopi atau usaha yang sejenis. Jadi selain mengunggulkan pelayanan dan fasilitas kami juga bersaing dengan harga.”⁶³

Wawancara dengan Owner Kedai Loodst Coffee, beliau mengatakan bahwa:

“untuk harga di Kedai Loodst Coffee ini sangat beragam. Karena memang menunya pun juga beragam. Namun kalau dibandingkan dengan kedai-kedai yang lain Kedai Loodst Coffee ini harganya lebih terjangkau dibandingkan dengan kedai yang lain. Dimana harganya di Sesuaikan dengan komposisi dan jenis kopinya.”⁶⁴

d. Lokasi (*Place*)

Bagaimana para pemilik usaha Warung Kopi Tradisional dan Warung Kopi Modern dalam hal pemilihan lokasi. Yang pada dasarnya lokasi yang strategis akan mempengaruhi terhadap berlangsungnya

⁶² Wawancara Dengan Ibu Salamah Selaku Pemilik Warung Kopi Mak Tin, Pada Tanggal 13 Maret 2019

⁶³ Wawancara Dengan Bapak Mustofa Selaku Pemilik Warung Kopi Yaope, Pada Tanggal 13 Maret 2019

⁶⁴ Wawancara Dengan Bapak Reza Selaku Owner Kedai Loodst Coffee, Pada Tanggal 13 Maret 2019

suatu usaha. Ketika suatu usaha berada di tempat yang strategis tempat parkir luas akan membuat para pengunjung mudah untuk menjangkau dan nyaman ketika mereka parkir. lokasi yang dimiliki seorang pengusaha untuk mendirikan usahanya harus tetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja.

Tempat itu berupa daerah pertokoan atau stand atau counter baik didalam maupun diluar gedung. Keputusan tentang lokasi, baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa bisa menentukan keberhasilan perusahaan kesalahan yang dibuat saat ini bisa menambah efisiensi. Seleksi lokasi untuk perusahaan barang atau manufaktur perlu lebih dekat ke bahan baku atau tenaga kerja. Sedangkan untuk perusahaan jasa perlu lebih dekat dengan pelanggan. Dan aspek lokasi ini terkadang tidak diterapkan oleh mereka para pemilik Warung Kopi.

Karena hampir setiap desa memiliki warung kopi dan itu tidak memperhatikan yang namanya lokasi. Namun tetap bisa banyak pelanggan dan pengunjungnya. Sedangkan dalam bisnis warung kopi modern. Mereka harus memperhatikan aspek yang satu ini. Dimana lokasi sangat menentukan berlangsungnya usaha. Karena dalam dunia usaha jasa harus mendekati pelanggannya. Hal ini sesuai dengan pemaparan dari pemilik Warung Kopi Mak Waris, beliau mengatakan bahwa:

“untuk lokasi dari warung kopi mak waris ini sendiri berpindah-pindah ketika awal berdirinya warung kopi mak waris masih

menyewa di emperan rumah orang yang dekat dengan jalan lama kelamaan semakin banyak pelanggan, akhirnya pindah tempat di halaman rumah saudara yang juga dekat dengan jalan raya, dan ketika kontrak sewa tanah telah habis dan tidak boleh untuk di sewa kembali akhirnya mak waris memutuskan untuk kembali kerumahnya meskipun rumahnya jauh dari jalan raya, namun semua itu tidak membuat para pelanggan mak waris meninggalkan warung mak waris justru semakin di cari oleh seluruh golongan masyarakat dan melegendaris sampai saat ini dimana pelanggannya dari kota-kota luar kabupaten tulungagung. Jika dilihat dari sejarahnya lokasi tidak terlalu berpengaruh terhadap banyak atau tidaknya pelanggan. Karena meskipun mak waris pindah kelokasi yang jauh dari jalan raya dan tersembunyi, tidak membuat para pelanggannya pindah ke warung kopi yang lain . justru semakin banyak diminati, karena memang ciri khas dari kopi mak waris itu sendiri. Tapi luasnya lokasi sangat berpengaruh terhadap kelangsungan warung kopi apalagi warung kopi yang sekelasnya mak waris. sangat membutuhkan lokasi yang luas.”⁶⁵

Hasil wawancara dengan pemilik Warung Kopi Mak Tin,

beliau mengatakan bahwa:

“sebenarnya lokasi tidak terlalu berpengaruh karena memang sudah memiliki pelanggan sendiri. Awalnya warung kopi mak tin masih sangat kecil namun berjalan dengan seiringnya waktu. Tempat yang tidak memadai akhirnya teras dan rumahnya mak tin dibuka untuk melebarkan tempat. Semakin hari pelanggan makin bertambah akhirnya makin membuka lahan dibelakang rumahnya . sehingga sekarang warung makin menjadi luas.”⁶⁶

Hasil Wawancara dengan Pemilik Warung Kopi Yaope, beliau

mengatakan bahwa:

“pemilik warung kopi memberikan pernyataan kalau lokasi sangat menentukan keberlangsungan usaha disini lain punya pelanggan tetap. Dimana warung kopi yaope sendiri Tempatnya sangat strategis pinggir jalan raya dekat dengan kota.meskipun di lingkungan warung kopi yaope ini berdiri juga banyak warung kopi-warungkopi lain yang berdiri. Namun warung kopi yaope lah yang menjadi langganan bagi

⁶⁵ Wawancara Dengan Bapak Hariyanto Sebagai Pemilik Warung Kopi Waris, Pada Tanggal 12 Maret 2019.

⁶⁶ Wawancara Dengan Ibu Salamah Selaku Pemilik Warung Kopi Mak Tin, Pada Tanggal 13 Maret 2019

para mahasiswa. Karena lokasi nya yang strategis tempat parkir luas, dan tempatpun juga luas.”⁶⁷

Hasil wawancara dengan Owner Kedai Loodst Coffee, beliau mengatakan bahwa:

“berangkat dari Sejarah Loodst Coffee dimana yang awalnya Loodst Coffee berada di satu daerah namun pelanggan nya masih saja sepi akhirnya pada tahun 2011 ada yang menjual tanah di daerah yang sekarang di tempati oleh kedai Loodst Coffee berpindahnya Kedai Loodst Coffee ini karena menjemput peluang. Mencari tempat / lokasi yang lebih strategis dengan area parkir yang luas sehingga membuat para pengunjung nyaman untuk mampir. Dan terbukti setelah tujuh tahun ini setiap tahun pengunjung dari kedai Loodst Coffee mengalami kenaikan. Sehingga kami yakin bahwa ternyata lokasi juga menentukan berkembang tidaknya usaha dengan bertambah tidaknya pelanggan.”⁶⁸

e. Pelayanan

Pelayanan sebagai kunci keberhasilan dari sebuah usaha apalagi pada usaha bidang jasa. Peranan pelayanan akan lebih besar dan menentukan jika pada kegiatan jasa tersebut bersaing dalam upaya merebut pangsa pasar atau pelanggan. Salah satu cara agar penjualan atau usaha jasa lebih unggul dibandingkan para pesaing adalah dengan memberikan pelayanan yang bagus. Sehingga para pelanggan akan kembali lagi karena mereka nyaman dan merasa diperhatikan atas pelayanan yang diberikan.

Untuk Warung Kopi Tradisional maupun Warung Kopi Modern semua akan memperhatikan yang namanya pelayanan. Hal ini

⁶⁷ Wawancara Dengan Bapak Mustofa Selaku Pemilik Warung Kopi Yaope, Pada Tanggal 13 Maret 2019

⁶⁸ Wawancara Dengan Bapak Reza Selaku Owner Kedai Loodst Coffee, Pada Tanggal 13 Maret 2019

sesuai dengan yang di utarakan oleh pemilik warung kopi waris, sebagai berikut:

“aspek pelayanan, salah satu aspek yang paling kita perhatikan karena para pelanggan akan merasa benar-benar dihargai kehadirannya ya karena pelayanan yang diberikan oleh pemilik warung maupun karyawan yang sangat welcome dengan para pelanggan . sehingga para pelanggan tidak segan-segan untuk berkunjung kembali ke warung.”⁶⁹

Hasil wawancara dengan pemilik Warung Kopi Mak Tin, beliau mengatakan bahwa:

“pelayanan sangat kami unggulkan, contohnya ketika ada pelanggan yang datang lebih dulu berarti juga kami dulukan meskipun disitu ada pelanggan tetap kami tapi kami tetap menedepankan keadilan siapa yang dulu berarti juga mendapatkan pelayanan lebih dahulu. Selain itu kami juga memberikan sikap welcome dengan memberikan senyum ketika ada pelanggan yang datang.”⁷⁰

Hasil wawancara dengan Pemilik Warung Kopi Yaope, beliau mengatakan bahwa:

“untuk pelayanan yang kami berikan mungkin sama juga dengan warung-warung kopi yang lain sangat menedepankan sikap ramah kepada pelanggan. Intinya welcome ketika mereka para pelanggan datang. Dan sesegera mungkin membuat apa yang mereka pesan. Selain itu pelayanan yang kami berikan berupa fasilitas wifi dengan kecepatan tinggi dan juga televisi.”⁷¹

Hasil wawancara dengan Owner Kedai Loodst Coffe, Sadara Reza menjawab sebagai berikut:

“untuk pelayanan yang kami unggulkan disini kami menyediakan banyak sekali menu, selain itu kami juga menyediakan tempat yang sangat nyaman menyediakan fasilitas meeting room. Selain itu kami juga menyediakan fasilitas khusus seperti membership

⁶⁹ Wawancara Dengan Bapak Hariyanto Sebagai Pemilik Warung Kopi Waris, Pada Tanggal 12 Maret 2019.

⁷⁰ Wawancara Dengan Ibu Salamah Selaku Pemilik Warung Kopi Mak Tin, Pada Tanggal 13 Maret 2019

⁷¹ Wawancara Dengan Bapak Mustofa Selaku Pemilik Warung Kopi Yaope, Pada Tanggal 13 Maret 2019

buat pelanggan tetap. Kami juga berusaha mengenal para pelanggan yang baru datang maupun yang sudah sering datang. Meberikan pelayanan yang bagus dalam hal penyediaan pesanan dll.”⁷²

f. Keamanan kenyamanan dan kebersihan

Faktor penyempurna, Konsumen sangat menaruh perhatian yang tinggi terhadap pentingnya segi-segi keamanan, kenyamanan, dan kebersihan pada saat berbelanja. Bahwa faktor keamanan menjadi prioritas terpenting yang menuntut kesiapan aparat pembina. pengawas, termasuk penegak ketertiban/ keamanan. Praktik ‘premanisme’ dilingkungan pasar bukan saja mengganggu kenyamanan konsumen, melainkan kelancaran usaha para pedagang.

Kebanyakan para Owner tidak telalu memikirkan terkait aspek kebersihan. kebersihan disini bukan hanya kebersihan Kedai Kopi, Interior, Coffee Bar, Cangkir, Piring dan lain sebagainya. Tetapi juga mencakup kamar mandi, dan seluruh area Kedai Kopi. Sering saya jumpai kedai kopi yang tampaknya tidak terlalu memperdulikan dengan kebersihan toilet kedainya. Kamar mandi berbau, tisu toilet yang habis, air yang macet atau sampah-sampah tisu yang berserakkan adalah penting untuk selalu diperhatikan.

Toilet adalah cerminan paling tidak tentang kebersihan sebuah kedai kopi. Jika toilet dan area lain tidak bersih bagaimana pelanggan bisa nyaman datang kesana berkali-kali. Jika nyaman dan pelayanan

⁷² Wawancara Dengan Bapak Reza Selaku Owner Kedai Loodst Coffee, Pada Tanggal 13 Maret 2019

sudah dapat diraih pelanggan dikedai kopi favoritnya, maka keamanan juga tak kalah pentingnya bayangkan jika sebuah kedai kopi tidak memiliki sistem keamanan atau setidaknya security yang membantu menjaga keluar masuknya pelanggan dikedai kopi perasa aman ketika berkunjung ke sebuah kedai atau tempat lain itu adalah nilai plus dari sebuah kedai kopi.

Percayalah faktor lokasi parkir yang luas adalah kebahagiaan bagi para penikmat kopi yang datang dengan membawa kendaraan banyak orang malas datang ke sebuah kedai kopi jika tempat parkirnya kecil atau susah menemukan lokasi parkir yang aman maka dari itu, saat hendak membuka kedai kopi kamu harus memerhatikan lokasi parkir yang paling tidak membuat pengunjungmu nyaman. Juga jangan lupa lengkapi dengan juru parkir dan keamanan yang mumpuni.

Hasil wawancara dengan pemilik Warung Kopi Waris, beliau mengatakan bahwa:

“untuk keamanan di warung ini sangat kami jaga, dengan cara pemasangan cctv di segala sudut jadi akan sangat terawasi dan terpantau. Sedangkan masalah kebersihan . karena karyawan juga banyak jadi setiap kali ada yang selesai ngopi lmeja langsung dibersihkan. Toilet yang kami sediakan juga di jaga kebersihannya. Kenyamanan juga tidak kalah, untuk membuat para pelanggan nyaman kami sediakan full free wifi televisi tempat duduk yang banyak model penataan yang pakai konsep out menambah kesan terbuka sehingga membuat para pelanggan lebih nyaman.”⁷³

⁷³ Wawancara Dengan Bapak Hariyanto Sebagai Pemilik Warung Kopi Waris, Pada Tanggal 12 Maret 2019.

Hasil wawancara dengan pemilik Warung Kopi Mak Tin, Ibu

Salamah menuturkan bahwa:

“untuk keamanan kami pakai model penagawasan sendiri. Tidak ada juru parkir atau bahkan cctv jadi untu kemanan kita mengandalkan pengawasan dari pengunjung dan dari karyawan sendiri. Sredangkan untuk kebersihan karena karyawan nya juga tidak terlalu banyak . mungkin setelah pengunjung kopi pulang baru kita bawa kebelakang uuuntuk di bersiuihkan atau di sisihkan terlebih dahulu”⁷⁴

Hasil wawancara dengan Pemilik Warung Kopi Yaope,

Saudara Mustofa mengatakan bahwa:

“masalah kemanan mungkin dari saya sangat kurang karena tidak adanya juru parkir, dan sering juga da komplek karena pelanggan sering kehilangan helm namun kalau untu kendaraan alhamdulillah aman. Karena untuik keamanan kita wasi sendiri ternyata masih saja juga kecolongan .meskipun dalam keamanan pelanggan masih tetap setia untuk menjaadi –pelanggan.dan sekarang sudah tidak pernah ada lagi pelanggan yang kehilanagn barang,selain itu kami sangat memperhatika aspek kebersihan. unrtuk maslah kebersihan di Warung Yaope sangan di unggulkan .”⁷⁵

Hasil wawancara dengan Owner Kedai Loodst Coffee, Saudara

Reza mengatakan bahwa:

“Owner Kedai Loodst Coffee mengatakan bahwa, untuk masalah keamanan kenyamanan dan kebersihan janganlagi ditanyakan kedai loodst Coffee telah menguasai itu semua, mulai dari keamanan kita sudah menyediakan juru parkir cctv jadi sudah benar-benar terjamin, masalah kenyamanan sudah kami sediakan tempat parkir yang luas, tempat duduk yang nyaman dan banyak ruangan yang Ber Ac, Meeting Room. Selain itu dalam hal kebersihan, karyawan kami , kami siapkan untuik tanggap kondisi, ketika ruangna mulai kotor segera di bersihkan kmar mandi juga selalu di perhatikan

⁷⁴ Wawancara Dengan Ibu Salamah Selaku Pemilik Warung Kopi Mak Tin, Pada Tanggal 13 Maret 2019

⁷⁵ Wawancara Dengan Bapak Mustofa Selaku Pemilik Warung Kopi Yaope, Pada Tanggal 13 Maret 2019

kebersihannya. Karena menurut kami kenyamanan keamanan dan kebersihan adalah salah satu pnyempuna dan nilai plus buat di unggulkan dalam kedai kami, sretelah menu utama.”⁷⁶

g. Pemahaman pelanggan

Dari aspek pemahaman pelanggan nampaknya dari warung kopi tradisional maupun warung kopi modern semua sangat memperhatikan aspek yang satu ini. Karena bagaimanapun sikap tanggap terhadap pelanggan itu penting untuk diterapkan. Ketika seorang pelanggan merasa nyaman maka pelanggan tidak akan berfikir ulang untuk kembali lagi ketempat yang sama. Sehingga aspek ini harus di terapkan pada warung kopi baik itu warung kopi yang sifatnya modern maupun yang sifatnya tradisonal. Yang fungsinya untuk mendapatkan pelanggan atau menambah pelanggan, karena ketika suatu warung ada pelayanan yang sanagt baik terhadap pelanggannya maka bukan tidak mungkin, pelanggan tersebut akan menceritakan kepada orang lain bisa jadi akan mengajak teman-temanya untuk berkunjung. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan pemilik Warung Kopi Waris Bapak Hariyanto. Beliau megatakan bahwa:

“pemahaman terhadap para pelanggan sangat di unggulkan atau sangat di perhatikan, karena yang namanya pemilik usaha ketika ada pelanggan yang datang berarti kita harus *welcome* kalau ibarat orang jawa . ada tamu mengapa kok ditolak. Kallau ada tamu berarti kan ada yang mengatar rezeki. Jadi kita harus menyambut dan kita juga harus mengerti apa yang mereka inginkan ketika mereka datang kelokasi.

⁷⁶ Wawancara Dengan Bapak Reza Selaku Owner Kedai Loodst Coffee, Pada Tanggal 13 Maret 2019

Intinya kunci sebuah usaha ketika kita bisa mengerti apa yang dimau oleh pelanggan.⁷⁷

Hasil wawancara dengan pemilik Warung Kopi Mak Tin, beliau mengatakan bahwa:

“pemahaman terhadap pelanggan sangat kita nomor satukan. Ketika seorang pelanggan datang ke sebuah warung atau sebuah lokasi pasti memiliki tujuan dan kita harus mengerti dan bisa dengan semaksimal untuk memberikan apa yang diinginkan dengan cara memberikan perhatian, perhatian disini tidak pilih-pilih maksudnya meskipun kita tahu siapa pelanggan tetap kita namun kita akan tetap memberikan pelayanan yang sama tidak ada pilih-pilih. Ketika pelanggan tetap kita datang akhir, berarti pelayanannya pun juga diakhir. Tidak bisa ketika ada pelanggan tetap datang langsung mendahulukan namun tetap sesuai nomor urut. *Service* yang kita berikan sama saja. Tidak dibeda-bedakan antara pelanggan tetap dengan pelanggan baru. Intinya kita mengenal dengan pelanggan tetap.”⁷⁸

Hasil wawancara dengan saudara Mustofa pemilik Warung Kopi Yaope. beliau mengatakan bahwa :

“Perhatian yang lebih kita unggulkan. Karena kembali lagi pelanggan tidak akan lagi berfikir ulang ketika, mereka mendapatkan service lebih. Mendapatkan pelayanan yang bagus. Sehingga menarik minat mereka, karena mereka merasa dibutuhkan ketika seorang dibutuhkan sudah berarti mereka merasa dihargai. Intinya yang namanya. Menurut saya ketika sikap tanggap kita berikan dengan bagus maka pelanggan itu nanti akan menceritakan kepada teman-temannya bahwa ketika berkunjung akan mendapat perhatian atau pelayanan yang bagus dan karyawan bisa mengerti apa yang kita inginkan. Sehingga ketika pelanggan satu menceritakan maka akan ada pelanggan baru yang datang.”⁷⁹

⁷⁷ Wawancara Dengan Bapak Hariyanto Sebagai Pemilik Warung Kopi Waris, Pada Tanggal 12 Maret 2019.

⁷⁸ Wawancara Dengan Ibu Salamah Selaku Pemilik Warung Kopi Mak Tin, Pada Tanggal 13 Maret 2019

⁷⁹ Wawancara Dengan Bapak Mustofa Selaku Pemilik Warung Kopi Yaope, Pada Tanggal 13 Maret 2019

Hal ini juga di pertegas Hasil wawancara dengan pemilik Kedai Loodst Coffee. Beliau mengatakan bahwa:

“Untuk masalah tanggap terhadap pelanggan. Kami menyediakan beberapa varians rasa. Karena ketika setiap menu ada tampilan menu yang berbeda itu sudah berarti para pelanggan akan mencicipi. Selain itu kita juga memberikan pelayanan-pelayanan seperti jaga konsumen. ini maksudnya dengan cara membership, atau harga member setiap pembelian ke berapa kali. Adalagi untuk menjaga pelanggan yaitu dengan cara kontak. Maksudnya ketika pelanggan datang para writes dan barista sering dikontak.dari writer and provider jam 7 pagi. Sebenarnya kalau masalah tanggap terhadap pelanggan banyak sekali yang kita lakukan selain menyediakan bebrapa menu yang terus berubah atau menciptakan menu baru, yang mana para pecinta kopi akan selalu mencari cari menu baru ketika datang ke kedai. Ada pelayanan terhadap prelanggan yang kita unggulkan.”⁸⁰

2. Fenomena Empiris Persaingan Usaha Kopi

Gambaran umum atau hasil temuan dilapangan antara teori yang dijabarkan dengan data hasil observasi dilapangan dengan cara wawancara, dari ruang lingkup yang telah dirumuskan terkait ruang lingkup persaingan usaha yang meliputi: Produk, Promosi, Harga , Dan Lokasi (*Product, Promossion, Price And Place*). Tidak semua para pemilik usaha akan menerapkan terkait Ruang lingkup persaingan yang telah di rumuskan dengan 4P yaitu, product, promossion, price, place. Mungkin dari sekian pengusaha hanya memakai sebagian. Berikut hasil jawaban dengan beberapa pemilik usaha.

Wawancara dengan warung kopi Mak Waris, Bapak Hariyanto menuturkan sebagai berikut:

⁸⁰ Wawancara Dengan Bapak Reza Selaku Owner Kedai Loodst Coffee, Pada Tanggal 13 Maret 2019

“yang paling kami perhatikan dalam mempertahankan eksistensi warung Mak Waris ini yaitu dengan menjaga cita rasa dari produk unggulan kami yakni kopi ijo, dengan tidak merubah resep yang telah menjadi resep turun menurun mak waris. Selain menjaga cita rasa khas dari produk unggulan kami. Kami juga mempertahankan yang namanya pelayanan dan keamanan bagi pengunjung. Keamanan dan kenyamanan adalah faktor terpenting yang harus di berikan kepada para pengunjung. Keamanan yang kami berikan dengan memasang CCTV di lokasi parkir dan disudut-sudut tempat yang kurang pengawasan. Mak Waris juga berupaya memberikan pelayanan yang bagus dengan cara menyediakan pesanan dengan cepat. Mak Waris juga sering hamir setiap satu minggu sekali mengadakan kumpulan dengan karyawan tujuannya untuk menyampaikan apa yang mungkin di butuhkan oleh para pelanggan sehingga warung Mak Waris bisa menyediakan sesuai dengan kebutuhan.

Wawancara dengan pemilik warung kopi mak Tin, beliau menuturkan bahwa:

“warung kopi Mak Tin ini, dalam mempertahankan usaha nya yakni dengan pemilihan tempat yang sangat strategis, karena warung kopi Mak Tin berada tepat dipinggir jalan sehingga ketika ada mungkin orang dalam perjalanan lewat mereka akan mampir untuk mencoba kopi dari Mak Tin. Selain itu karena tempatnya yang di pinggir jalan memudahkan untuk menjangkau. Sedangkan kalau untuk Harga, harga sesuai dengan warung kopi Mak Waris karena samapai saat ini warung kopi-warung kopi di kabupaten Tulungagung semua melihatnya dari warung kopi Mak Waris. Kalau Mak Waris harganya naik kami juga naik. Sedangkan untuk produk yang di tawarkan selain menjual kopi di warung kopi Mak Tin juga menjual aneka minuman dari minuman panas sampai dingin. Warung kopi maktin lebih memperhatikan pelayanan dengan cara selalu berlaku adil siapa yang datang terlebih dahulu dia yang akan mendapatkan pelayanan, meskipun disitu ada pelanggan tetap. Mak Tin juga selalu mengingat pelanggan tetapnya.”

Warung kopi Yaope, wawancara dengan pemiliknya yaitu dengan saudara Mustofa. Sebagai Berikut:

“untuk warung kopi Yaope, produk yang saya tawarkan diwarung ini tidak hanya kopi namun juga menyediakan makanan dan aneka jenis minuman. Karena memang konsepnya warung tidak hanya

untuk ngopi tapi juga untuk mencari makan. Jadi tidak sedikit mereka yang menjadi pelanggan warung kopi Yaope ini ketika datang tidak hanya minum kopi dan nongkrong namun mereka mencari makan. Harga yang kami tawarkan lebih murah dari yang lainnya. Banyak pelanggan yang kembali ke warung yaope karena harganya yang lebih miring dari yang lainnya. Selain produk dan harga saya juga ketat dalam hal kebersihan. Di warung ini ada karyawan yang memang tugasnya untuk menjaga kebersihan di warung ini bukan hanya kebersihan meja dan alat-alatnya. Namun juga menjaga kebersihan area warung yang paling utama kebersihan toilet.”

Wawancara dengan Owner kedai loodst coffee, dengan saudara

Sayed Reza. Menjabarkan sebagai berikut:

“ya kalau berbicara persaingan usaha yang pasti dilihat dulu komponen atau objek-objek apa yang akan dipersaingan. Dari Loodst Coffee ini, Kami bersaing pada faktor tempat. Tempat menjadi hal yang utama pemilihan tempat yang tepat. Akan membawa kelangsungan dari kedai kopi ini. Selain pemilihan lokasi penyediaan tempat parkir yang luas disertai pengawasan dan keamanan akan tempat parkir menjadi salah satu poin penting yang harus diperhatikan kenyamanan dan merasa aman adalah hal yang di cari oleh setiap pengunjung ketika berkunjung ke suatu tempat. Promosi selalu kita upayakan dengan lewat media sosial atau berkunjung ke dinas atau ke lembaga-lembaga untuk menawarkan produk dan tempat untuk pertemuan atau meeting. Kami juga bersaing pada produk karena setiap hari minggu atau akhir pekan kami selalu menyediakan menu-menu baru sehingga menarik para pengunjung. Terkait harga, harga di kedai Loodst Coffee ini sangat murah dibanding dengan kedai-kedai yang lainnya. Selain itu, kami juga menyediakan spot-spot foto yang menarik untuk anak-anak remaja sekarang ini. Karena konsep kami yang kontemporer.”

C. Hasil wawancara dengan sebagian konsumen / pengunjung di masing-masing warung kopi

Wawancara dengan pengunjung di warung kopi Mak Waris, mengungkapkan bahwa:

Wawancara dengan saudara huda salah satu siswa SMA di Tulungagung dan saudara rois, sebagai berikut:

Huda menuturkan: “saya memilih untuk ngopi di warung kopi mak waris ini karena rasa nya yang khas mbk. Selain itu karena teman-teman saya langganan nya selalu kesini. Banyak anak muda bisa buat transaksi bisnis.”

Rois menuturkan: “saya ngopi di warung kopi ini karena murah, lebih santai dan lebih merakyat mbk.

Wawancara dengan pengunjung warung kopi Mak Tin, saudara lukman (ojek online) dan ruri mahasiswa menuturkan bahwa:

Lukman menuturkan: “warung kopi mak tin ini pelayanan nya bagus mbk, tempatnya yang di pinggir jalan, menu nya tidak hanya kopi saja tapi juga ada yang lain. Dan sudah langganan”

Ruri mengatakan bahwa: “saya kesini karena teman-teman saya yang memilih teman ini. Selain itu karena memnag sudah langganan aja. Sudah kenal dengan karyawan dan pemilliknya.”

Wawancara dengan pengujung warung kopi yaope, saudara faris dan hadi sebagai berikut:

Hadi (ojek online): “saya memilih di yaope ini karena memang sudah langganan. Karena di yaope ini tidak hanya sebagai tempat ngopi aja tapi juga isi perut. Karena selain menjual kopi dan minuman-minuman lainnya. Disini juga menjual makanan. Selain itu harga nya relatif murah dari yang lain. Makanya saya memilih untuk langganan disini. Dan tempatnya pun juga strategis.”

Faris (karyawan): “Saya memilih warung kopi yaope ini karena, tempatnya yang strategis, menu yang ditawarkan tidak hanya kopi saja. Selain itu karena tempatnya yang aman dan bersih kalau saya lihat toiletnya pun juga bersih. Dan harga yang dijual pun murah-murah”.

Wawancara dengan pengunjung kedai Loodst Coffee, saudara rosi dan afin menuturkan bahwa:

Rosi (mahasiswa) “Kedai loodst coffee ini menurut saya sangat menarik tempatnya yang kekinian nyaman aman dan yang pasti dengan harga yang mudah di jangkau mahasiswa.”

Afin (karyawan): “Saya memilih kedai Loodst karena enak buat nongkrong desainnya yang bagus pelayanan yang baik, menu-menu yang ditawarkan setiap akhir pekan ada yang baru, harga yang murah lokasi yang strategis.”

D. Temuan hasil wawancara

Tabel 2.1
Hasil wawancara dengan pemilik usaha

No	Indikator	Hasil Wawancara
1	Persaaingan usaha	Ruang Lingkup Persaingan Usaha meliputi: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Product</i> (Produk): produk yang ditawarkan oleh masing-masing warung kopi. 2. <i>Promotion</i> (Promosi): startegi yang digunakan oelh para pemilik usaha untuk mengenalkan usahanya 3. <i>Price</i> (Harga): harga yang di tetakan oleh para pemilik warung kopi. 4. <i>Place</i> (Tempat / lokasi): pemilihan lokasi oleh para pemilik usaha.
2.	Fenomena empiris (gambaran umum tentang persaingan usaha	<p>Warung Kopi Mak Waris: bersaing dalam hal: Harga, Pelayanan, Dan Kemanan.</p> <p>Warung Kopi Mak Tin: memberikan gambaran bahwa persaingan yang terjadi pada warung kopi maktin yaitu pada Pelayanan, Harga dan Produk.</p> <p>Warung Kopi Yaope: persaingan pada Palayanan, Harga, Tempat, Kebersihan, Dan Produk.</p> <p>Sedangkan pada Kedai Loodst Coffee: memberikan gambaran atribut apa saja yang menjadi persaingan, meliputi seluruh atribut. Produk, Promosi, Lokasi Harga, Pelayanan, Suasana Warung (Kemanan Kenyamanan Kebersihan) Dan Keamanan.</p>

3.	Hasil wawancara dengan para pengunjung	Kesimpulan nya rata-rata untuk para pengunjung memilih untuk berkunjung ke warung itu karena sudah berlangganan. Karena produk yang ditawarkan oleh para pemilik usaha. Kesesuaian yang di janjikan dengan kenyataan. Yang terakhir karena komunitas.
----	--	---

Dan yang menjadi perbedaan persaingan antara Warung Kopi Modern versus Warung Kopi Tradisional yakni pada aspek persaingan usaha meliputi produk, promosi, tempat/ lokasi dan harga. Sedangkan gambaran umum atau fenomena empiris yang terjadi di lapangan. Bahwasannya antara Warung Kopi Modern vs Warung Kopi Tradisional akan sama-sama bersaing pada pemilihan lokasi dan penyediaan produk atau menu yang ditawarkan. Akan tetapi untuk warung kopi modern, bersaing pada seluruh aspek Produk, Promosi, Lokasi/ Tempat Dan Harga yang ditawarkan. Meskipun antara Warung Kopi Modern vs Warung Kopi Tradisional itu persaingannya sangat lemah karena mereka punya pangsa pasar tersendiri. Namun tetap ada persaingan usaha antara warung kopi modern vs warung kopi tradisional di beberapa hal.